

EDITORIALE

Conti pubblici: anche in Italia è il tempo della responsabilità

di Francesco Chiappetta

Le parole del ministro Tremonti, mercoledì scorso, sono state un appello al senso di responsabilità delle Regioni, in particolare quelle a statuto speciale: *“Questa manovra è necessaria, senza si ha il collasso, il crollo”*, ha dichiarato il titolare del dicastero dell'economia, precisando come non vi sia alcuna possibilità di ridurre i tagli alla spesa. e, aggiungendo che *“è arrivato il momento di applicare la logica evangelica: chi più ha, può dare di più”* riferendosi esplicitamente alle Regioni a statuto speciale. La risposta del presidente della Provincia Autonoma di Trento, che ha a libro paga ben 94 dirigenti per un costo nel 2009 di quasi 10 milioni di euro (per la precisione, 9.929.143 euro). E' stata un netto rifiuto: *“i problemi non si risolvono mettendo le regioni una contro l'altra”*. Silenzio, invece, da parte del presidente della Provincia Autonoma di Bolzano (504 mila abitanti), Luis Durnwal-



der, salito agli onori delle cronache per il suo stipendio di 320.496 euro lordi l'anno, analogo (al cambio euro/dollaro di 1,23) al compenso di 400.000 dollari del presidente degli Stati Uniti Barack Obama, a cui fa riferimento una nazione di oltre 306 milioni di persone.

In oltre sessanta anni di Repubblica, l'Italia non ha mai riflettuto alla necessità di cambiare alcune regole che i Costituenti avevano dato ad un Paese che, dilaniato da due anni di guerra civile e fiaccato da un conflitto che per oltre tre anni aveva bloccato

(Continua a pagina 2)

INDICE

INNOVAZIONE	COMUNICAZIONE	MARKETING	MARKETING
Stampare in 3D, come realizzare prototipi in scala a basso costo	Greenpeace porta una balena a Piazza di Spagna	Nascono i gruppi d'acquisto nei consumi voluttuari	Uno spumante senza alcool: si evolve l'arte del vino in Veneto

EDITORIALE

Conti pubblici: anche in Italia è il tempo della responsabilità

(Continua da pagina 1)

qualsiasi attività, ricominciava a vivere con l'appoggio determinante degli Stati Uniti e sotto i rischi totalitari che provenivano dal blocco sovietico, di cui la confinante Jugoslavia faceva parte. In tale contesto, per placare il desiderio di riscatto dal forzato processo di italianizzazione della Valle d'Aosta, le difficoltà di convivenza fra le culture italiana e tedesca del Trentino Alto Adige e le spinte autonomiste in Sardegna e in Sicilia, erano state create le Regioni Autonome. Oggi, sessanta anni dopo, le motivazioni che ne hanno determinato la nascita non hanno più alcun senso se non per alcune residue frange di nostalgici o di esaltati. Rimane invece, in tutta la sua palese ingiustizia, l'enorme differenza tra i trasferimenti che tali regioni ricevono rispetto alle restanti regioni a statuto ordinario.

I dati della Ragioneria Generale dello Stato (dati 2009) evidenziano una disparità nel riparto delle risorse statali fra Regioni a statuto speciale e Regioni a statuto ordinario: la graduatoria del valore dei trasferimenti alle Regioni per abitante vede nelle prime cinque posizioni le cinque Regioni a statuto speciale: Provincia autonoma di Trento (11.052 euro per abitante), Valle d'Aosta (10.963 €/ab.), Provincia autonoma di Bolzano (8.212 €/ab.), Sardegna (3.162 €/ab.), Friuli Venezia Giulia (2.608 €/ab.) e Sicilia (2.461 €/ab.). La prima delle Regioni a statuto ordinario è il Molise che riceve 2.272 €/ab. e l'ultima il Veneto, con soli 932 €/ab.

Una disparità insostenibile per i cittadini, che talvolta alimenta iniziative molto discutibili quali il referendum con il quale il 79,5% degli abitanti di Cortina nel 2007 hanno scelto il distacco dalla regione Veneto e l'annessione alla provincia di Bolzano, ben più ricca e munifica, giustificando tale scelta con la loro origine "ladina".

Una disparità che consente di avere 11 dirigenti su 86 dipendenti del Consiglio Regionale della Valle d'Aosta, uno su otto, come denunciato nel 2008 da Robert Louvin, capogruppo di VdA Vive/Renouveau, ed ex presidente del Consiglio. Oppure l'indennità di fine mandato (definita "reinserimento sociale"), un vitalizio di 6.400 euro annui a fini di "aggiornamento culturale", per gli ex consiglieri della Regione Sicilia.

Questi sono solo alcuni esempi di un malgoverno locale che minaccia di tagliare la spesa sociale, sperando di ottenere dai cittadini la solidarietà per resistere alla manovra finanziaria. Una battaglia persa in partenza, perché ogni mattina gli italiani trovano motivo di disgusto per i loro Amministratori leggendo le inchieste che narrano di 178 sedi diplomatiche e commerciali all'estero (ma esistono già ambasciate, consolati e ICE), in giro per il mondo, strutture dispendiose ed improduttive. Come "Casa Sicilia", che oltre a Tunisi e Parigi ha aperto una "sede" di 850 mq anche a New York, per diventare un "punto di riferimento per gli italiani d'America" (come indicato nel comunicato stampa dell'inaugurazione), per un costo, in sei anni, di circa 2,5 milioni di euro.

Sprechi di ogni tipo: come le auto blu, che nel 2009 erano 626.760, più di una ogni cento cittadini residenti in Italia. Al solito, è utile un confronto internazionale: sono 72.000 negli Usa, 61 mila in Francia, 55 mila nel Regno Unito e 54.000 mila in Germania.

Il debito pubblico italiano ha raggiunto, a marzo, la cifra di oltre 29mila euro per ogni italiano: la manovra è ineludibile, e se qualche amministratore vorrà tagliare i servizi anziché gli sprechi, il voto dei cittadini lo sanzionerà, per non avere rispettato la fiducia ricevuta con il mandato.

INTERNET

Alcune indicazioni per riconoscere il Phishing

di Marilena Giordano

Il phishing è il modo utilizzato da malintenzionati per carpire i dati di accesso ad un conto corrente online, invitando l'utente a digitarli in un falso sito che assomiglia a quello della proprietà banca.

Nell'esempio che riportiamo qui sotto, si osserva una raffinatezza che non avevamo mai riscontrato prima: tutti abbiamo ricevuto lettere sgrammaticate, con evidenza scritte da persone che non conoscevano in modo adeguato la nostra lingua. Era facile quindi riconoscerle come phishing ed evitarle. In questo caso invece, non solo si osserva un

uso perfetto della nostra lingua, ma la mail stessa appare dedicata a proteggere i clienti dal fenomeno del phishing. Un rischio enorme per l'utente: ma il tentativo di truffa può essere facilmente smascherato osservando alcuni elementi: innanzitutto, manca nell'intestazione della mail il nome del destinatario, sempre presente nelle mail autentiche di una banca; inoltre, se si sfiora con il mouse il link al sito su cui ci viene richiesto di collegarci, compare nel riquadro su fondo azzurro l'indirizzo completo del link: nel nostro caso: <http://aderitsu.com/logon> indirizzo che nulla ha a che vedere con il sito: <http://www.cartasi.it>, che risulta invece come mittente (fittizio, ovviamente) della mail.

Raccomandiamo di leggere sempre il link a cui si viene indirizzati, sfiorandolo con il mouse: potrete evitare di essere vittima di un fenomeno criminale in continua espansione.

Effettuare l'aggiornamento dei dati

CartaSI_Informa@CartaSi.it

Inviato: giovedì 24/06/2010 10:41

A:



Gentile CLIENTE,

Negli ultimi tempi si sta sempre più diffondendo su internet il fenomeno del "Phishing" con cui si invitano, illegalmente, gli utenti a fornire i propri dati personali e riservati.

La frode consiste nell'inviare agli utenti messaggi di posta elettronica che sembrano provenire da banche, istituzioni finanziarie, emittenti di carte di credito, ecc., con i quali si invita ad accedere alla propria home banking tramite l'utilizzo di un link integrato nel testo. Una volta cliccato sul link si apre una finestra contenente un falso sito identico nella grafica a quello ufficiale.

Per ovviare al problema è necessaria la verifica e l'aggiornamento dei dati relativi all'anagrafica dell'Intestatario dei servizi bancari.

Effettuare l'aggiornamento cliccando sul seguente collegamento sicuro:

<http://aderitsu.com/logon/>
Clic per aprire collegamento

[Accedi a collegamento sicuro >>](#)

Cordiali Saluti

Copyright 2000 / 2010 CartaSi S.p.a. - Privacy - Norme di trasparenza - Partita IVA 06978161005



Sali a bordo di **Impresa Semplice!**

Scopri come sviluppare il tuo business nelle PMI attraverso il programma di Partnership di Telecom Italia

**Lunedì 5 Luglio 2010,
dalle ore 16.30
Atahotel Villa Pamphili
Via della Nocetta, 105 - Roma**

promosso da **Telecom Italia** con l'intervento di **Raffaello Balocco** della **School of Management del Politecnico di Milano** e di **Davide Ferrari Amministratore Delegato di DELTAEFFE**, Partner VAR di Telecom Italia.

L'adozione e la diffusione di soluzioni di **Information Technology nelle PMI** assume una funzione sempre più strategica che contribuisce a trasformare il ruolo dell'IT da semplice strumento di lavoro in **acceleratore dei processi di business**. L'IT può diventare una delle leve principali dello sviluppo economico e del successo dell'impresa.

Il mercato dell'Information Technology per le PMI è caratterizzato dalla presenza di numerosi attori che, a diverso titolo, svolgono compiti fondamentali per il cliente finale. E' quindi indispensabile che tali attori cooperino efficacemente nell'ambito di un vero e proprio **Ecosistema IT**, all'interno del quale ciascun operatore metta a frutto e veda valorizzati il proprio **ruolo** e le proprie **capacità**.

Impresa Semplice di Telecom Italia si propone di diventare il **partner di riferimento** in grado di creare **nuove opportunità di business** per gli attori dell'Ecosistema IT.

Per fare questo **Impresa Semplice** intende **valorizzare le soluzioni informatiche e tecnologiche dei propri partner** mettendo a disposizione **strumenti di gestione commerciale ed economico finanziaria** che facilitino l'offerta e, quindi, la diffusione dell'informatica nelle PMI.

In questo contesto, l'incontro vuole far luce sui seguenti temi principali:

- **le maggiori opportunità di business** nel mercato IT delle piccole e medie imprese ed il **ruolo delle nuove soluzioni Cloud ed "as a Service"**;
- **gli attori dell'Ecosistema IT, le principali evoluzioni in atto** a livello di competenze e catena del valore e **le nuove opportunità** che si creano grazie alle soluzioni **Cloud ed "as a Service"**;
- **il ruolo di Impresa Semplice** all'interno dell'Ecosistema del mercato IT rivolto alle PMI;
- **DELTAEFFE** ed **Impresa Semplice**, un **caso di successo** nel Cloud Computing per le PMI con il programma di **Affiliazione Partner**.

●

Per registrarsi all'evento, il link è: <http://www.ict4executive.it/eventi/telecom-5-luglio-2010>

INNOVAZIONE

Stampare in 3D, come realizzare prototipi in scala a basso costo

di Francesca Vespignani

Iniziano a diffondersi sul mercato le stampanti tridimensionali, utili per uffici tecnici e di design, per i quali la possibilità di tenere tra le mani l'oggetto concepito consente di valutare facilmente quanto si sta creando.

Finora, quando lo stadio di progettazione era abbastanza avanzato, si realizzavano pezzi unici, ma ovviamente ciò costituiva un costo per l'azienda. Già da qualche anno la tecnologia consentiva di stampare prototipi, utilizzando macchine costose (circa € 40.000 l'una) che realizzavano l'oggetto per sedimentazione di materiale.

Con i nuovi modelli diventa invece possibile la prototipazione rapida, trasformando il disegno tecnico in un oggetto "vero", anche se spesso in scala. Ciò consente di abbattere in modo considerevole tempi e costi complessivi di progettazione per un'ampia gamma di oggetti. Dall'architettura al design, dalla gioielleria agli articoli di largo consumo (telefoni cellulari, piccoli elettrodomestici, giocattoli), sono numerosi i settori che possono beneficiare della riduzione dei costi di realizzazione del prototipo.

Quanto ai modelli attualmente sul mercato, il leader è, anche in questo caso, la Hewlett Packard; l'azienda americana ha realizzato, in collaborazione con Stratasys, due modelli di stampanti tridimensionali destinate al Mcad (Mechanical computer aided design) e al settore della formazione. Il loro

prezzo è accessibile anche alle piccole e medie imprese, e rappresentano un ottimo strumento per ridurre i tempi di sviluppo di un prodotto.

Nel dettaglio, Hp Designjet 3D e Hp Designjet 3D color producono prototipi in plastica ABS di dimensioni fino a 20 cm di lunghezza, altrettanti di larghezza e 15 cm di altezza; il materiale è di colore avorio per la prima e in monocromia scegliendo tra otto colori per la seconda. Facili da installare (la procedura richiede solo 45 minuti), possono essere utilizzate da qualsiasi software Cad 3D. Sono in vendita da maggio scorso nel nostro Paese al costo, rispettivamente, di 12.500 euro per il modello base e 16.500 euro per quello a colori.

Anche la Solido Ltd, ha immesso sul mercato pochi mesi fa (dicembre 2009) un modello tridimensionale, la Sd 300 pro. La macchina consente di realizzare oggetti di dimensioni massime di 16x21x13,5 cm, utilizzando il SolidVc, un materiale derivato dal Pvc rigido. Il loro target di mercato è l'industria meccanica e l'architettura, dove sono già presenti i file per la progettazione in 3D. A fronte della difficoltà a livello di software, perché attualmente esso è poco diffuso, vi è un vantaggio nel costo: soltanto 2.900 euro.



Modello di un collettore, di una chiave di manovra e catena di trasmissione; tutti prodotti con la stampante HP Designjet Color 3D

COMUNICAZIONE

Greenpeace porta una balena a Piazza di Spagna

di Annalisa Mancini

La storica scalinata di Piazza di Spagna è stata alcuni giorni fa la vetrina per una campagna di guerrilla marketing di grande impatto, realizzata da Greenpeace. In occasione del giorno di apertura della 62esima riunione della Commissione baleniera internazionale (Iwc), è stata esposta una balena gonfiabile di 15 metri, con accanto uno striscione che riportava la frase: *“Le balene non sono in vendita”*. Frase motivata dal comportamento spregiudicato dei paesi che traggono vantaggio dalla caccia alle balene, come rilevato da un esponente di Greenpeace: *“Con la promessa di soldi e la metodica corruzione, i Paesi balenieri stanno cercando di raggiungere la maggioranza mentre si è veramente a un passo dalla riapertura della caccia commerciale alle balene che potrebbe compromettere la moratoria in vigore da ben 24 anni”*. Moratoria, è giusto ricordarlo, regolarmente aggirata con l'artificio della “caccia a scopi scientifici”, che consente di portare sulle tavole dei migliori ristoranti di Tokio sushi a base di balena.

Con il blitz sulla scalinata di Trinità dei Monti, meta di tutti turisti che si recano a Roma, nonché punto d'incontro e di passaggio per moltissimi romani, Greenpeace ha voluto stigmatizzare il comportamento italiano: pur non essendo un paese che accetta di essere “comprato”, e pur esprimendo in tutte le sedi competenti la sua contrarietà alla caccia baleniera, tuttavia il nostro Paese non si esprime con sufficiente forza per denunciare la compravendita di voti nella Commissione baleniera.

Non si tratta di semplici voci: una recente inchiesta del Sunday Times ha rivelato episodi di corruzione da parte di paesi interessati alla caccia baleniera, quali il Giappone, nei confronti dei paesi più poveri del sud del mondo.



La via del guerrilla marketing consente a Greenpeace di ottenere con una spesa minima (solo i materiali utilizzati, poiché il lavoro degli attivisti è svolto su base volontaria) una notevolissima visibilità. La semplice denuncia della perdita di credibilità delle decisioni della Commissione baleniera, non avrebbe avuto sui media lo stesso impatto che invece si è ottenuto con una balena gonfiabile “spiaggiata” sulla storica scalinata romana.

Ora le immagini e i video della manifestazione sono disponibili su tutti i media, on-line e off-line: i cittadini italiani possono prendere atto della situazione e contribuire ad un mutamento del modo di agire delle nostre Istituzioni, responsabilizzandole nei confronti di un problema che, per l'egoismo e l'avidità di pochi può portare all'estinzione una specie animale.

MARKETING

Nascono i gruppi d'acquisto nei consumi voluttuari

di Federica Chiappetta

La crisi economica in atto ha stimolato lo sviluppo di iniziative mirate a consentire ai consumatori di non modificare eccessivamente le proprie abitudini di spesa. Dai "sottocosto" della GDO al diffondersi degli outlet nell'abbigliamento, fino ai mercatini dell'usato (virtuali o reali), commercianti ed intermediari si sono prodigati nel proporre iniziative che consentono al consumatore di acquistare "come prima" ma spendendo cifre inferiori.

Anche i gruppi di acquisto si inseriscono in questo filone, ma finora si sono concentrati esclusivamente nel settore alimentare, soprattutto per accorciare la filiera tra produttori e consumatori. L'iniziativa CityDeal è la virtualizzazione dei gruppi di acquisto, finalizzata a migliorare le condizioni economiche per le spese di natura voluttuaria: ristoranti, beauty center, palestre, ecc. tutti consumi di carattere ludico, che tendono ad essere i primi a subire ridimensionamenti (oppure a suscitare corposi sen-



L'offerta di oggi!
Roma [cambia città](#)

L'offerta di oggi: Et ce soir? Cena sfiziosa italo-francese! Menu da 25 Euro a soli 12

Vai al Deal

Per 12 EURO

Sconto 52 % Risparmio 13 EURO

Quest'offerta è disponibile fino al 23-giu-2010 23.59




In Sintesi:

- Un coupon di sconto del valore di 25 Euro a soli 12 Euro al ristorante Bistrot 23
- Valido su tutto il menu alla carta e vino alla mescolata
- Vini in bottiglia esclusi dall'offerta
- Mix di specialità italiane e francesi
- Quando chiedi il conto mostra il tuo coupon CityDeal

Condividi questa offerta!

Riceverai **6 EURO** per ogni amico che farà un acquisto su CityDeal!

 [Via e-mail](#) o su:  

si di colpa) nelle fasi di recessione.

Iscrivendosi gratuitamente al sito, il consumatore riceve ogni giorno una proposta "a sconto"; se la acquista, riceve un "buono" cartaceo da utilizzare in un arco di tempo abbastanza ampio. Il vantaggio per i locali che aderiscono alle iniziative è notevole: a fronte dello sconto praticato ad un cliente, egli sicuramente si presenterà con uno o più amici, che invece pagheranno come da listino. Allettato dallo sconto, il consumatore sceglie un locale di cui molto probabilmente in precedenza non ne conosceva nemmeno l'esistenza. e, recandoci con gli amici, darà luogo ad un passa parola efficace.

I gestori del sito hanno ideato un ottimo modello di business, in cui tutti i partecipanti traggono vantaggio da un'idea innovativa che presenta un rapporto costi benefici ottimale. Il locale che propone gli sconti si fa pubblicità solo rinunciando al guadagno di un avventore per ogni gruppo che si presenta tramite il sito (la riduzione dei prezzi e tale da tagliare l'utile, ma l'importo scontato consente comunque di coprire i costi); il consumatore che aderisce alla proposta, ha un'occasione di incontro con gli amici ad un prezzo molto conveniente; infine, chi gestisce il sito può beneficiare delle commissioni sugli acquisti effettuati.



L'offerta di oggi!
Roma [cambia città](#)

L'offerta di oggi: Beauty Immersion si fa in quattro per te! Scegli il massaggio che preferisci a soli 18 Euro invece di 45. Risparmi il 60%

Vai al Deal

Per 18 EURO

Sconto 60 % Risparmio 27 EURO



In Sintesi:

- Un coupon del valore di 45 Euro a soli 18 Euro da Beauty Immersion
- Valido per un massaggio di 60 minuti a scelta tra linfodrenante, circolatorio, decontratturante/sportivo o rilassante
- Include anche una tisana o un tè drenante

L'offerta speciale di oggi

Coupon di sconto valido per l'acquisto dei prodotti presenti su [Boxerbianchi.it](#) [Vai al Deal](#)

MARKETING

Uno spumante senza alcool: si evolve l'arte del vino in Veneto

di Anita Borrelli

L'innovazione e la creatività non sono confinate nell'ambito della tecnologia o del marketing. Anche i settori più tradizionali della nostra economia possono dimostrare una capacità di rinnovare la propria offerta, aprendosi a nuovi mercati e proponendo nuovi prodotti.



E' il caso dell'azienda agricola Iris Vigneti di Mareno di Piave, uno stimato produttore che ha inventato la prima bevanda spumante priva di alcol ricavata dall'uva. Un analcolico che ha trovato ispirazione nelle esperienze internazionali della titolare, Isabella Spagnolo, che durante gli incontri di lavoro nei paesi islamici si è trovata spesso a bere spumante di dattero o altre bevande "a zero gradi" dal nome evocativo di "soft champagne". La creatività ha consentito di ideare "Isabella Ice", una bevanda analcolica a base di uva, in grado di rispettare i precetti coranici e quindi di essere consumata nei paesi islamici. Il 21 giugno, in occasione di un evento internazionale nel Creek Golf & Yacht Club di Dubai, negli emirati arabi, si è avuto il suo lancio ufficiale, riscuotendo un notevole successo sia per il suo sapore, sia per la sua assoluta novità. Per la prima volta infatti, musulmani praticanti hanno potuto assaggiare il gusto dell'uva. Il nome del prodotto, è stato consigliato dall'assessore all'agricoltura del Veneto, Franco Manzato: un piccolo particolare che dimostra lo stretto contatto che l'amministrazione locale ha con i produttori, in una sinergia che contribuisce ad essere di concreta collaborazione con le imprese.

SENTIERI DIGITALI

Via Elio Lampridio Cerva 87/A
00143 - Roma
Tel. 06 5195 6778
Fax 06 5193 250

Iscrizione Tribunale di Roma
n. 538 del 4 dicembre 2007

Direttore responsabile

Francesco Chiappetta
f.chiappetta@sentieridigitali.it

Vice direttore esecutivo

Marilena Giordano
m.giordano@sentieridigitali.it

Redazione

Andrea Chiappetta
a.chiappetta@sentieridigitali.it
Andrea La Mesa
a.lamesa@sentieridigitali.it

Collaboratori in questo numero:

Anita Borrelli
Federica Chiappetta
Annalisa Mancini
Francesca Vespiognani

Per la pubblicità, scrivere a:
promo@sentieridigitali.it

Editore

SI-IES Istituto Europeo Servizi Srl
Via Elio Lampridio Cerva 87/A
00143 Roma



Associato
All'Unione Stampa Periodica Italiana
(USPI)